La communication

présenté par Guillaume Gronier

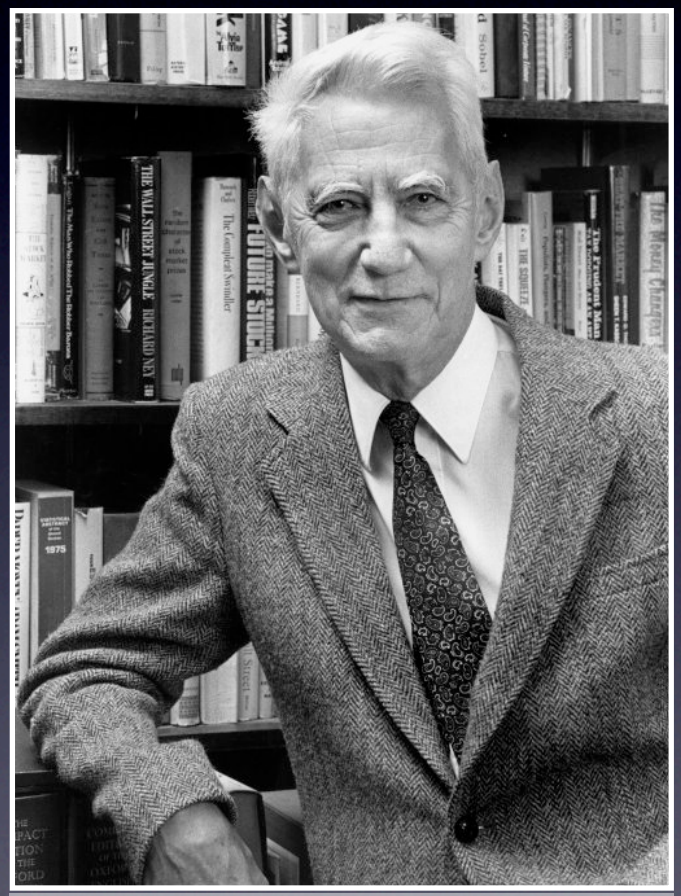
Introduction

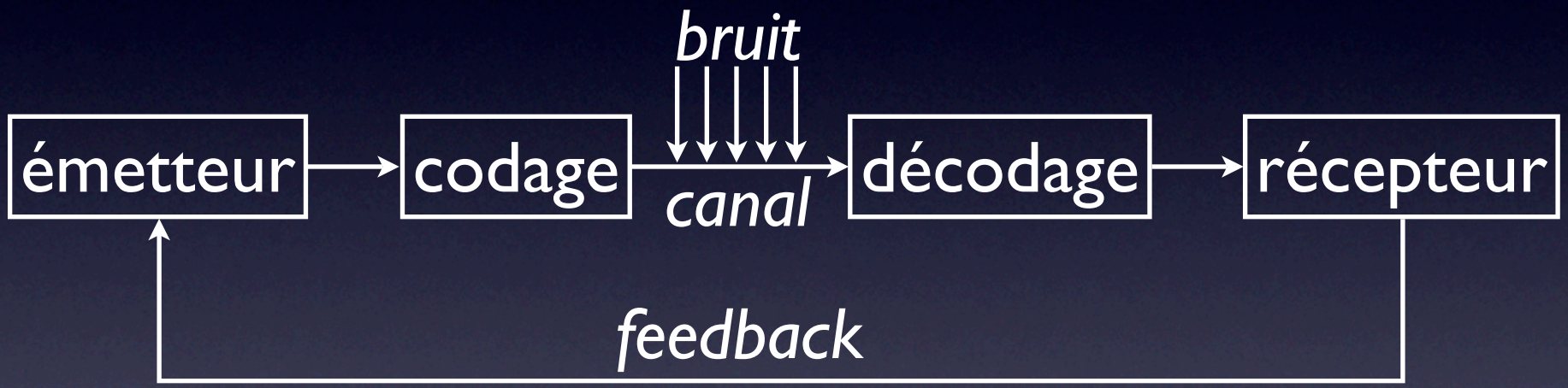
Introduction

1. La communication comme situation technique

- Pour Shannon (1952), la communication est la transmission d'un message d'un endroit à un autre

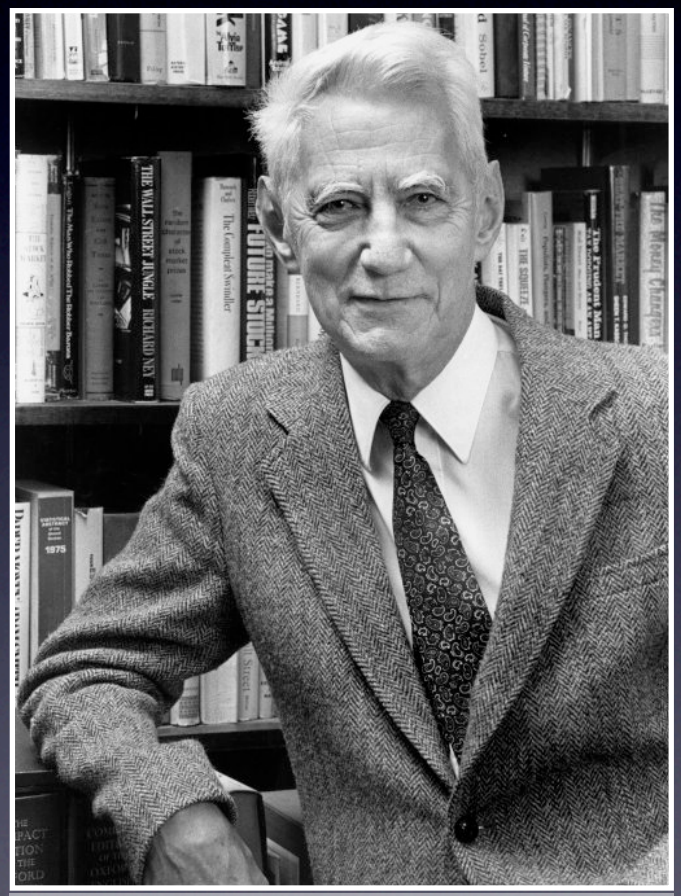
- Cette approche repose sur la mise en relation d'un émetteur et d'un récepteur




bruit
émetteur
codage
canal
décodage
récepteur
feedback

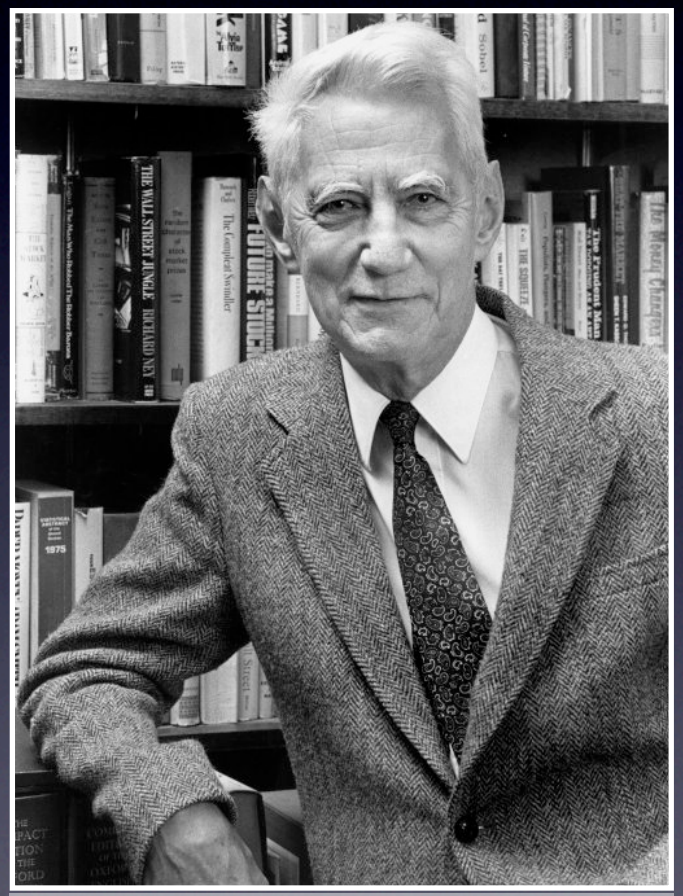
- L'objectif de Shannon est d'optimiser la communication en réduisant le *bruit*

- Afin de rationaliser la communication, Shannon la décompose en unités élémentaires d'information : le *bit* (qui ne peut prendre que 2 valeurs)



- Shannon développe la concept d'*entropie*, qui correspond à la quantité d'information contenue ou délivrée par une source

- L'information est ici considérée comme un élément unique, non redondant

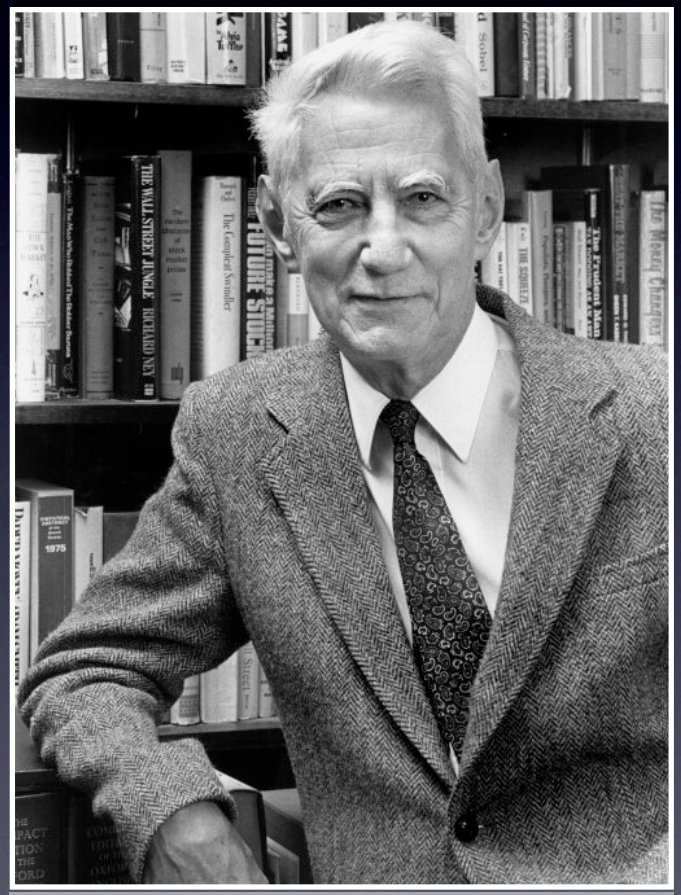


- Calcul de la valence...

$$n = \sqrt{1 + \frac{S}{N}}$$

- Calcul de l'entropie...

$$-\sum_{i=1}^{N} p_i \log_2(p_i)$$



Introduction

2. La communication selon Jakobson

- Jakobson (1963) s'inspire du modèle de Shannon pour l'adapter à la communication entre individus

- Pour Jakobson, le langage doit être étudié dans toutes ses fonctions, qui peuvent être regroupées en 6 catégories...

1. la fonction expressive
2. la fonction conative
3. la fonction phatique
4. la fonction référentielle
5. la fonction métalinguistique
6. la fonction poétique

I. la fonction expressive

C'est la fonction relative à l'émetteur

Elle est utilisée pour informer le récepteur sur sa propre personnalité, son état psychologique et son émotion

2. la fonction conative

C’est la fonction relative au destinataire

Elle est utilisée par l’émetteur pour influencer le récepteur, à travers différents actes de langage (demande, affirmation, proposition, etc.)

3. la fonction phatique

Elle est utilisée pour établir, maintenir ou interrompre le contact physique et psychologique avec le récepteur

Par exemple : “Allô ?”

4. la fonction métalinguistique

Elle est relative au code, au dictionnaire, au mode d'emploi

Par exemple :"日本語, c'est du japonais" ; "Quand il a parlé de Pierre, il s'agissait de Pierre Dupont, et non de Pierre Durant"

5. la fonction référentielle

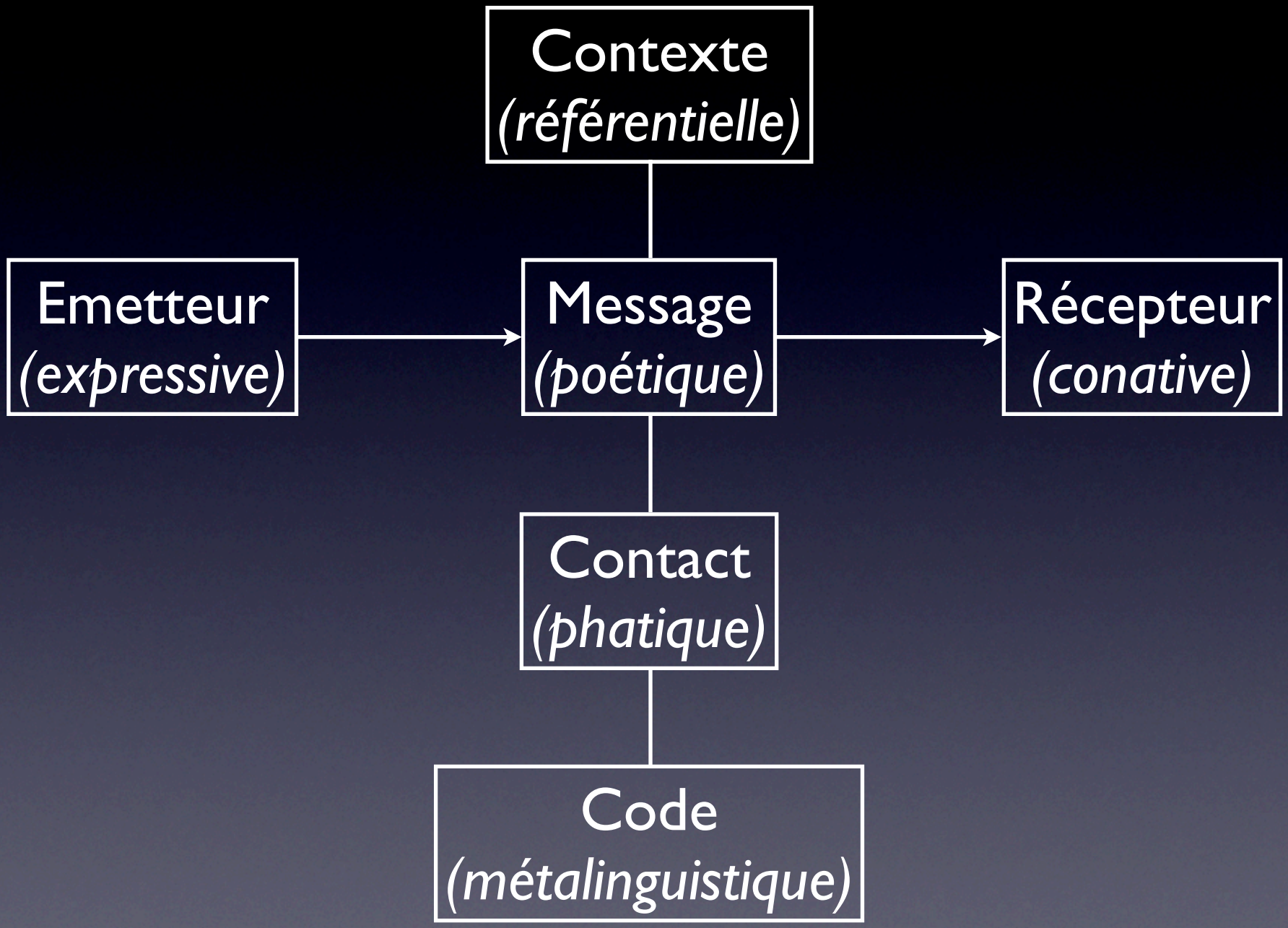
Elle est centrée sur le contexte de la communication

Par exemple : le contexte de travail, la culture, le pays dans lequel on se trouve, l'objet présent aux deux interlocuteurs

6. la fonction poétique

Cette fonction permet de faire d'un message un objet esthétique

Il pourra s'agir de l'ordre des mots, des mots employés, de la façon dont les phrases "sonnent" bien


Contexte
(référentielle)
Emetteur
(expressive)
Message
(poétique)
Récepteur
(conative)
Contact
(phatique)
Code
(métalinguistique)

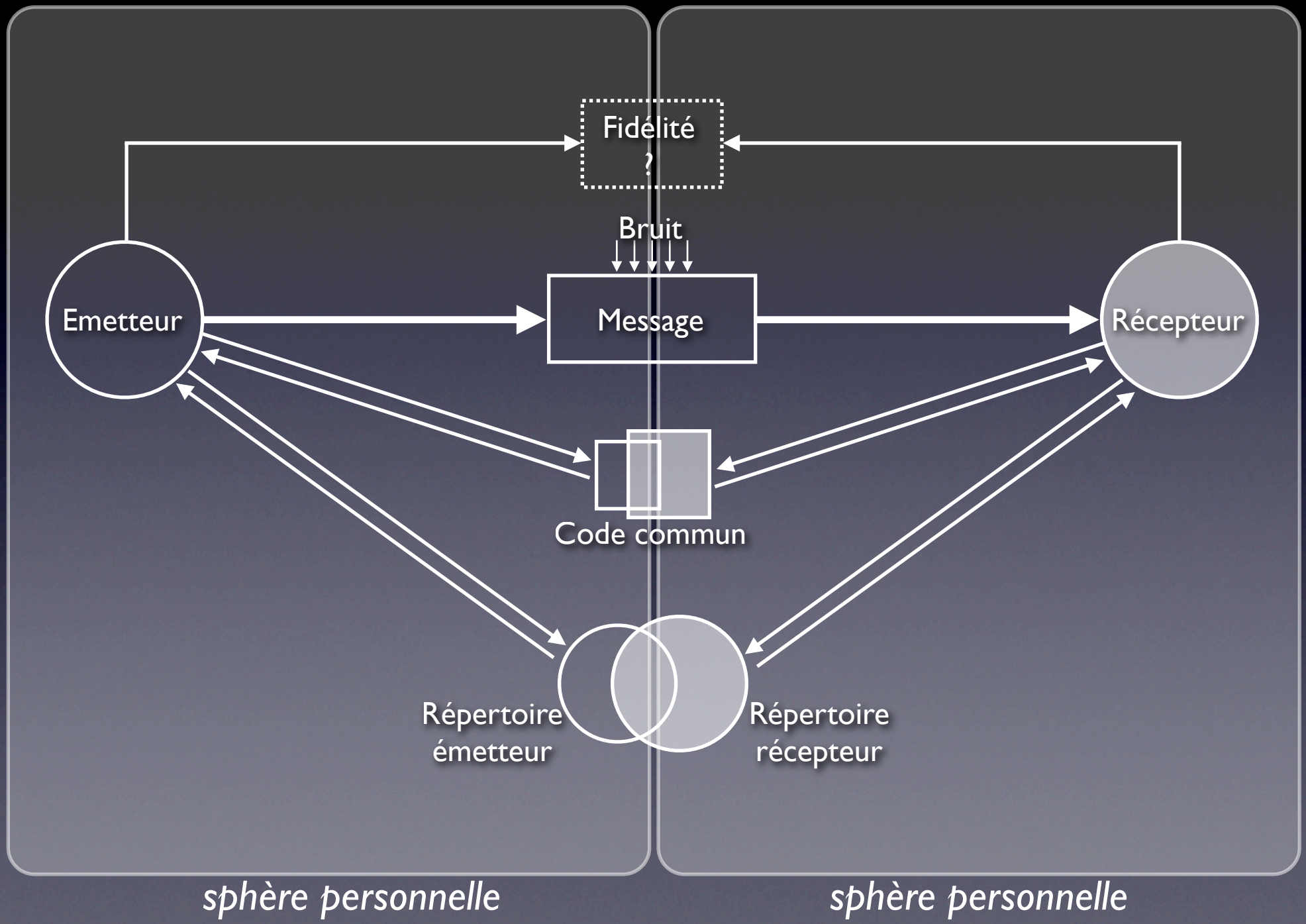
Introduction

3. La communication selon Moles

- Abraham Moles (1983) propose un schéma *canonique* de la communication

- Pour Moles, l'individu est entouré d'une *sphère personnelle*, une sorte de "coquille" à travers laquelle il perçoit son environnement, réagit avec le monde, etc.

- Pour Moles, la communication (qui a pour racine *mettre en commun*) est "l'action de faire participer un organisme ou un système, situé en un point donné, aux stimuli et aux expériences de l'environnement d'un autre individu ou système, situé en un autre lieu et à une autre époque, en utilisant les éléments de connaissance qu'ils ont en commun"


Fidélité
?
Bruit
Emetteur
Message
Récepteur
Code commun
Répertoire
émetteur
Répertoire
récepteur
sphère personnelle
sphère personnelle

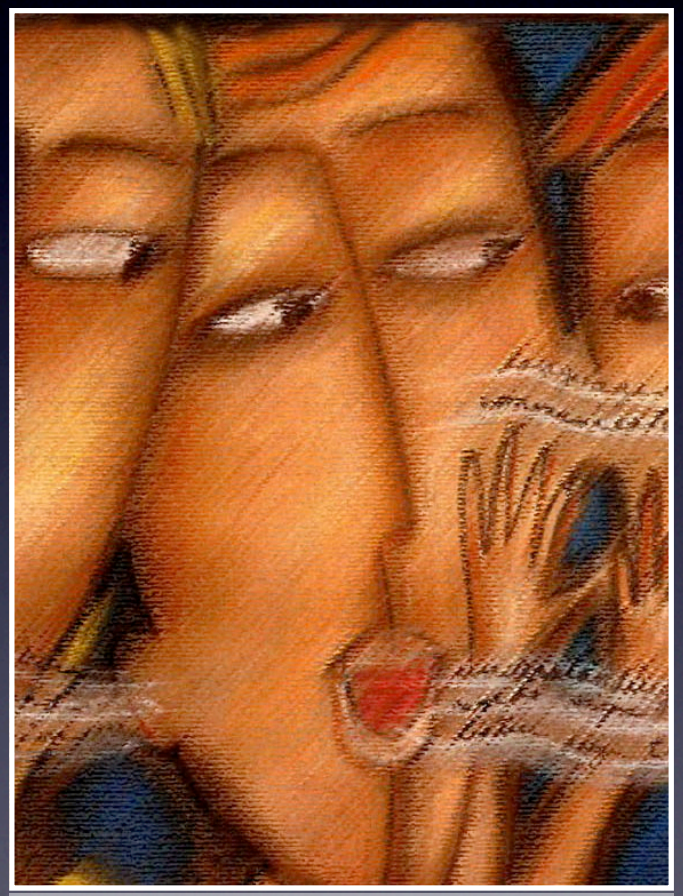
Introduction

4. La communication comme facteur psychologique

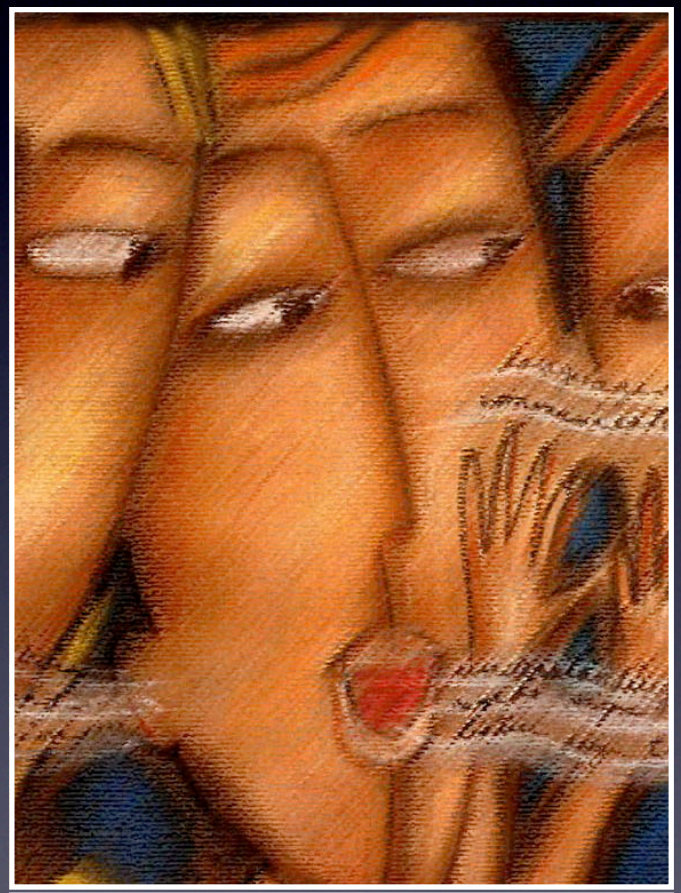
- la communication est une *interaction* : elle implique un échange permanent entre les interlocuteurs

- La communication peut être considérée comme un acte social

- La communication est volontaire ou involontaire, consciente ou inconsciente



- “Si l’on admet que dans une interaction, tout comportement a la valeur d’un message, c’est-à-dire qu’il est une communication, il suit *qu’on ne peut pas ne pas communiquer*, qu’on le veuille ou non” (Abric, 2003)



Les facteurs de la communication

Les facteurs de la communication

I. Les acteurs

- Selon Lewin, l'individu est un organisme soumis à un ensemble de forces (positives ou négatives), issues de l'environnement et de l'individu lui-même

- Ces forces engendrent des tensions

- Les forces positives correspondent aux besoins d'accomplissement, d'atteinte de certains objectifs, de réalisation. Les tensions positives vont engendrer un comportement d'*approche*

- Les forces négatives correspondent aux besoins de se détourner d'objets ou de situations, de faire en sorte de ne pas rencontrer tel ou tel individu, etc. Ces forces créent des tensions négatives qui engendrent un comportement d'*évitement*

- La communication produit un système de contrôle, de transformation, de filtrage ou de sélection de l'information (conscient ou inconscient)

- On peut retenir les mécanismes *projectifs* et les mécanismes de *défense*...

Les mécanismes projectifs

- Ils peuvent consister à *assimiler* la pensée d'autrui à la sienne, c'est-à-dire prêter à l'autre ses propres sentiments
- Cela produit une non prise en compte de la différence et de la spécificité de l'interlocuteur, et par là-même une non-communication

Les mécanismes projectifs

- Ils consistent également à attribuer aux autres des attitudes capables de justifier mes sentiments et mes comportements envers lui
- Par exemple, déceler chez lui de l'agressivité (qui justifie une attitude négative envers lui), mais qui n'est autre que la projection de ma propre agressivité

Les mécanismes de défense

- La *scotomisation* est le processus qui consiste à éliminer une information gênante en ne la percevant même pas

Les mécanismes de défense

- La *mémorisation sélective* est le mécanisme qui consiste à oublier une information, une fois qu'elle a été reçue

Les mécanismes de défense

- L'*interprétation défensive* est le mécanisme qui consiste à donner à une information une signification différente de son sens réel, mais qui est conforme à ce que l'on voudrait qu'elle soit

Les mécanismes de défense

- La *négation de l'autorité de la source* : si l'information pose problème, l'individu va la dévaloriser en mettant en cause l'autorité, la compétence ou la bonne foi de celui qui est à l'origine de l'information

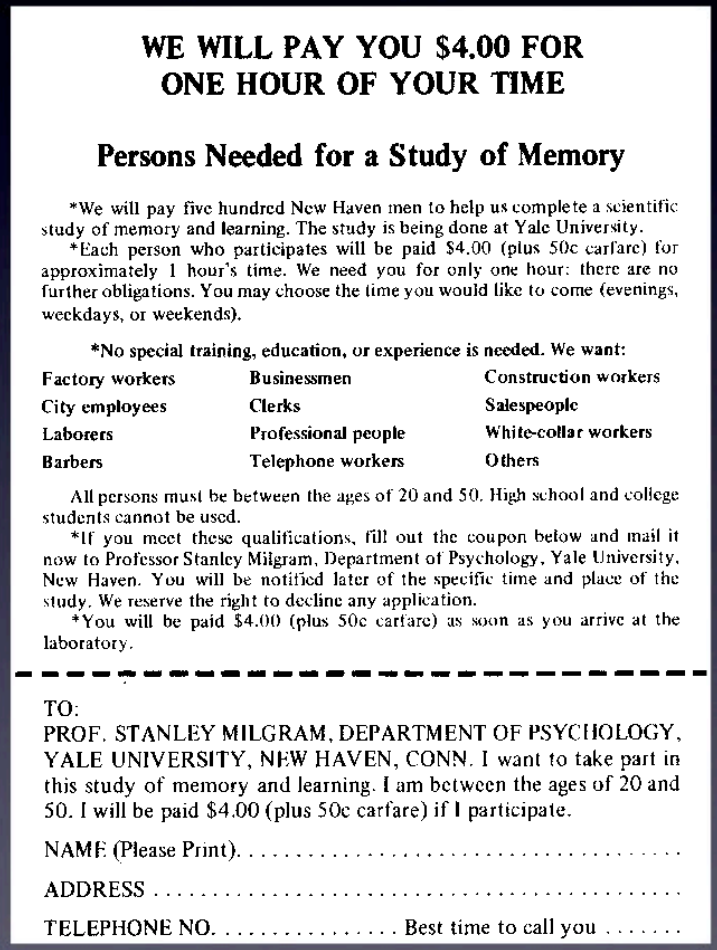
Un exemple

La décision face à l'autorité

- De 1960 à 1963, Stanley Milgram mène une série d'expériences pour estimer à quel niveau d'obéissance peut aller un individu dirigé par une autorité qu'il juge légitime

Soumission à l'autorité

- Une annonce est diffusée pour rechercher des sujets qui consacreraient une heure de leur temps en échange de 4$
- Les expérimentateurs annoncent aux sujets qu'ils vont participer à une étude sur l'efficacité de la punition (ici des chocs électriques) sur la mémorisation



WE WILL PAY YOU $4.00 FOR ONE HOUR OF YOUR TIME

Persons Needed for a Study of Memory

*We will pay five hundred New Haven men to help us complete a scientific study of memory and learning. The study is being done at Yale University.

*Each person who participates will be paid $4.00 (plus 50c carfare) for approximately 1 hour's time. We need you for only one hour: there are no further obligations. You may choose the time you would like to come (evenings, weekdays, or weekends).

***No special training, education, or experience is needed. We want:**

Factory workers	Businessmen	Construction workers
City employees	Clerks	Salespeople
Laborers	Professional people	White-collar workers
Barbers	Telephone workers	Others

All persons must be between the ages of 20 and 50. High school and college students cannot be used.

*If you meet these qualifications, fill out the coupon below and mail it now to Professor Stanley Milgram, Department of Psychology, Yale University, New Haven. You will be notified later of the specific time and place of the study. We reserve the right to decline any application.

*You will be paid $4.00 (plus 50c carfare) as soon as you arrive at the laboratory.

TO:
PROF. STANLEY MILGRAM, DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY, YALE UNIVERSITY, NEW HAVEN, CONN. I want to take part in this study of memory and learning. I am between the ages of 20 and 50. I will be paid $4.00 (plus 50c carfare) if I participate.

NAME (Please Print). . . . . .

ADDRESS . . . . . .

TELEPHONE NO. . . . . Best time to call you . . . . . .

Soumission à l'autorité

Les expériences comportent trois personnes :

1. L'élève, qui doit mémoriser des listes de mots, et qui reçoit une décharge électrique en cas de mauvaise réponse (il est en réalité un acteur)
2. L'enseignant, qui dicte les mots, vérifie les réponses et envoie si nécessaire une décharge électrique (sujet naïf)
3. L'expérimentateur, qui s'assure du bon déroulement de l'expérience et qui représente l'autorité

Soumission à l'autorité

- A chaque mauvaise réponse de l'élève, l'enseignant doit augmenter la puissance de la décharge électrique par palier de 15 volts
- La décharge maximum est de 450 volts

Soumission à l'autorité

- L'élève (qui est en réalité un acteur) simule la souffrance due aux chocs électriques :
- à 75 V, il gémit
- à 120 V, il se plaint qu'il souffre
- à 135 V, il hurle
- à 150 V, il supplie qu'on le libère
- à 270 V, il crie violemment
- à 300 V, il annonce qu'il ne répondra plus

Soumission à l'autorité

Une illustration par le film

"i comme Icare"...

Soumission à l'autorité

- Au total, 65% des sujets administrent un choc de 450 V (le maximum)
- En moyenne, les sujets s'arrêtent à 405 V

Soumission à l'autorité

D'autres variantes de l'expérience ont montré que :

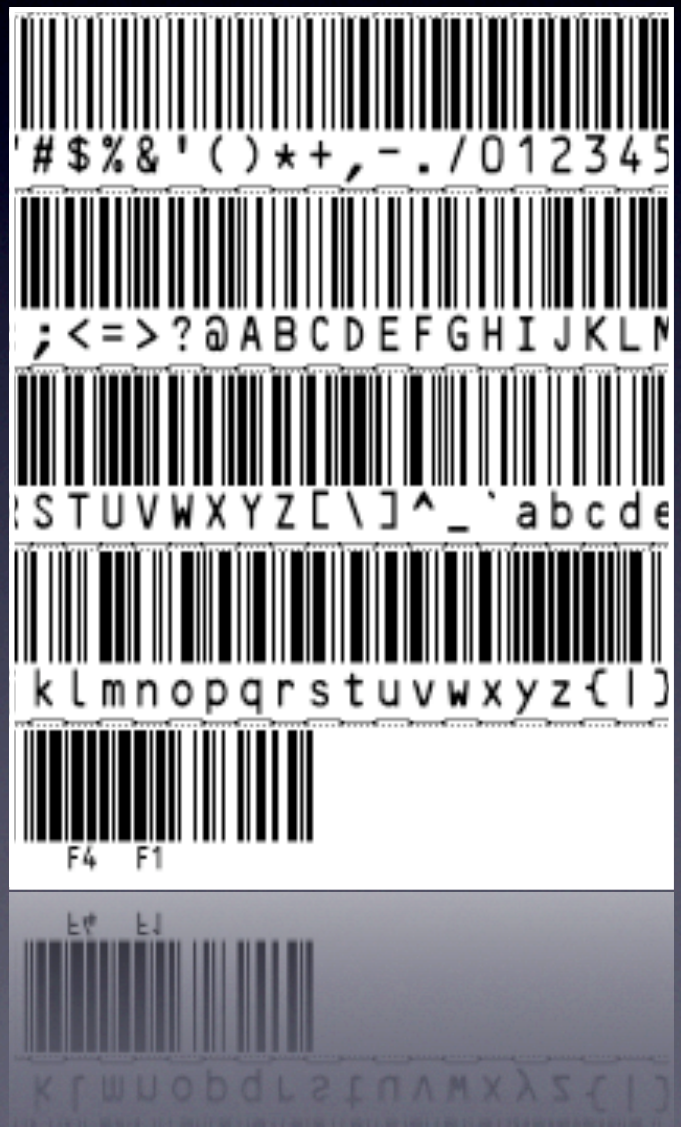
- 20 % des sujets allaient jusque 450 V en l'absence de l'expérimentateur
- 10 % lorsqu'un deuxième enseignant se rebelle
- 2,5 % lorsque les sujets peuvent choisir le niveau de choc
- 92,5 % lorsqu'un pair administre les chocs
- 0 % lorsque l'autorité est la victime

Les facteurs de la communication

2. Le code

- La qualité d'une communication dépend de la qualité et de la pertinence du code utilisé

- Le code sera d'autant plus efficace qu'il sera adapté à la nature de l'information échangée, à la finalité de la situation et aux caractéristiques des interlocuteurs



- L’utilisation d’un code particulier aura une influence sur la communication, et par conséquent sur les informations transmises...

- L'*effet de halo* désigne la résonance symbolique que peut éveiller un code particulier chez les locuteurs

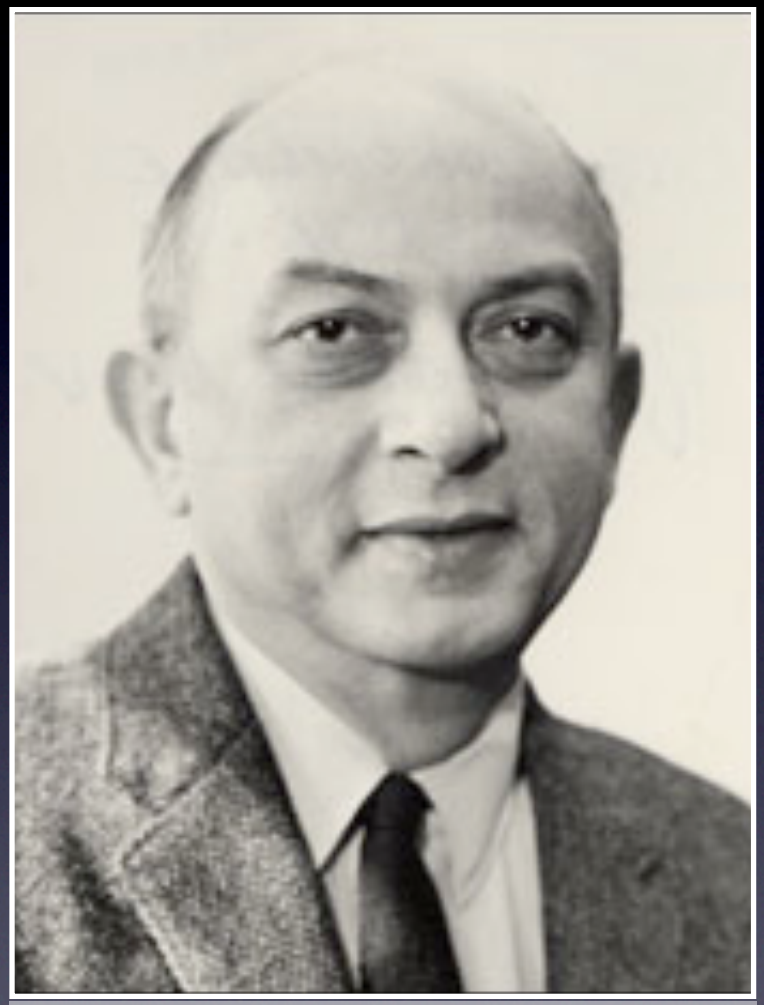
- Par exemple, selon que le transmetteur emploie les mots "flics", "policiers", "poulets" ou "gardiens de la paix", la relation à l'objet et le sens associé ne sont pas les mêmes

- Le *poids des mots* et leur utilisation influencent la perception du message transmis

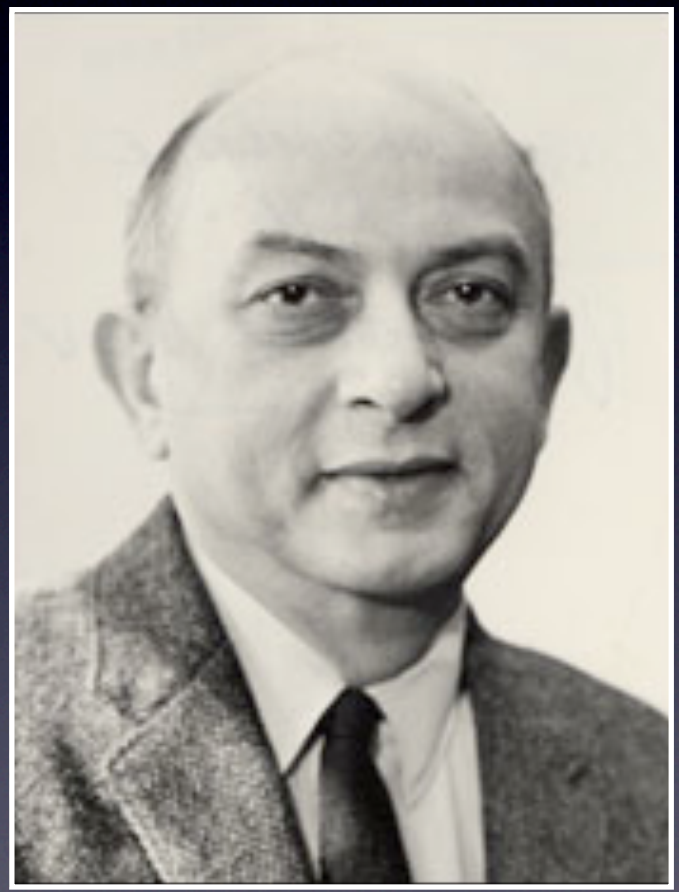
- La neutralité d'un terme est déterminée par la nature et l'importance de l'information qu'il véhicule

Un exemple

La formation d'impression

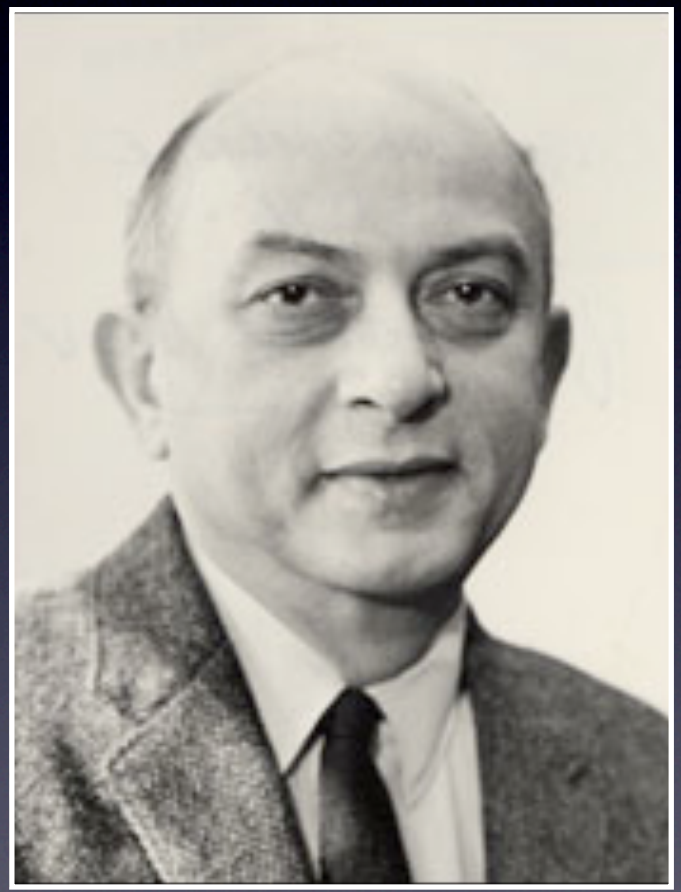


- Asch (1946) a mené une expérience sur les caractéristiques des messages et leur influence sur la formation d'impression



- Il présente à deux groupes une liste d'adjectifs décrivant la personnalité d'une personne

- Un seul adjectif varie d'une liste à l'autre



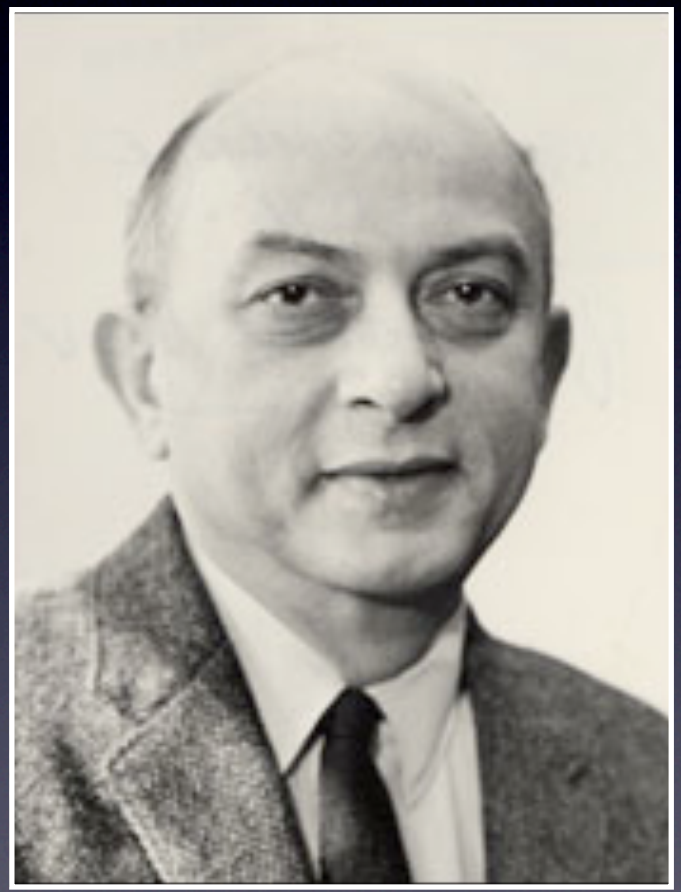
Liste 1

- Intelligent
- Habile
- Travailleur
- Chaleureux
- Déterminé
- Pratique
- Prudent

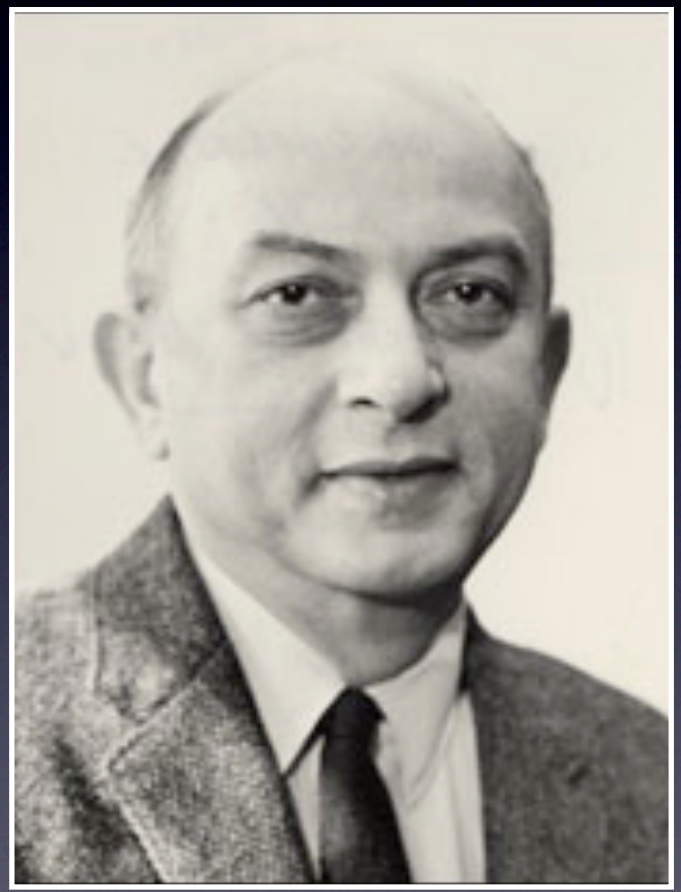
Liste 2

- Intelligent
- Habile
- Travailleur
- Froid
- Déterminé
- Pratique
- Prudent

- Asch demande ensuite à chaque groupe de décrire la personne en quelques phrases et de remplir un questionnaire sur sa personnalité



- Les résultats montrent que la liste avec le mot "chaleureux" induit une plus forte attirance envers la personne, qui est décrite beaucoup plus positivement (*généreux, plein d'humour, populaire*) que celle avec le mot "froid" (décrite comme *arriviste, calculateur, snob, antipathique*)



- L'*ordre des mots* peut jouer un rôle décisif dans la signification attribuée

- Les premiers mots sont survalorisés par rapport aux mots qui leur succèdent : c'est l'effet de *primauté*

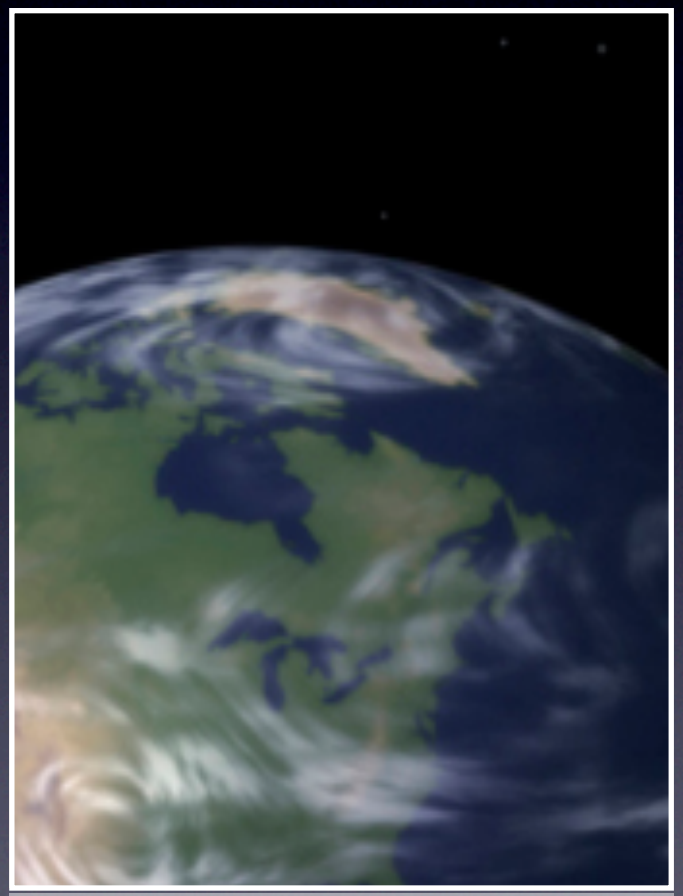
- Les derniers mots sont aussi privilégiés dans le processus de “mémorisation” de la phrase : c’est l’effet de *récence*

Les facteurs de la communication

3. Le contexte

- Le contexte géographique et temporelle a une influence inévitable sur les modes de communication utilisée

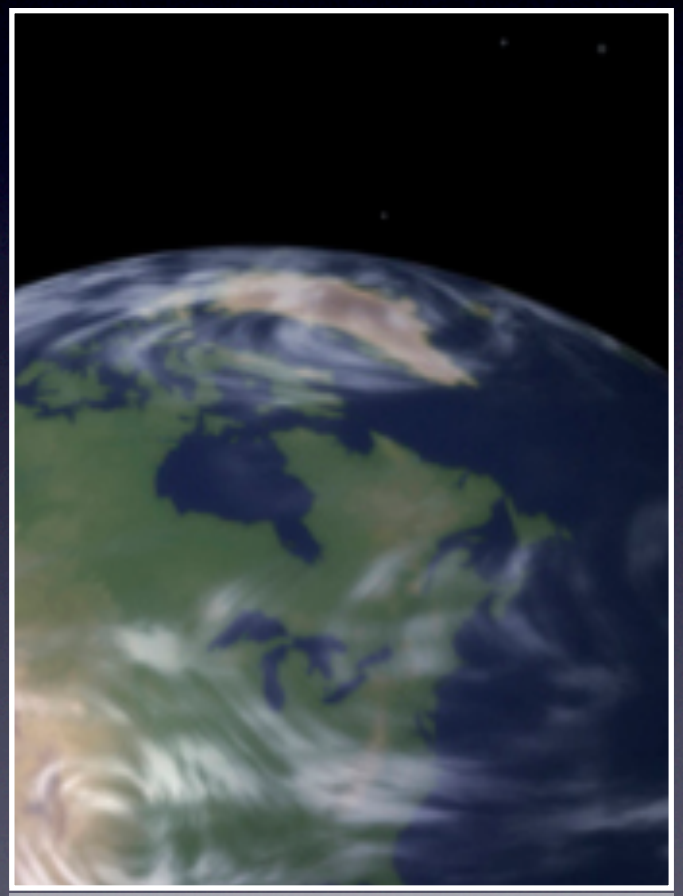
- Il est ainsi possible de différencier les modes de transmission d'un message en fonction de l'espace et du temps



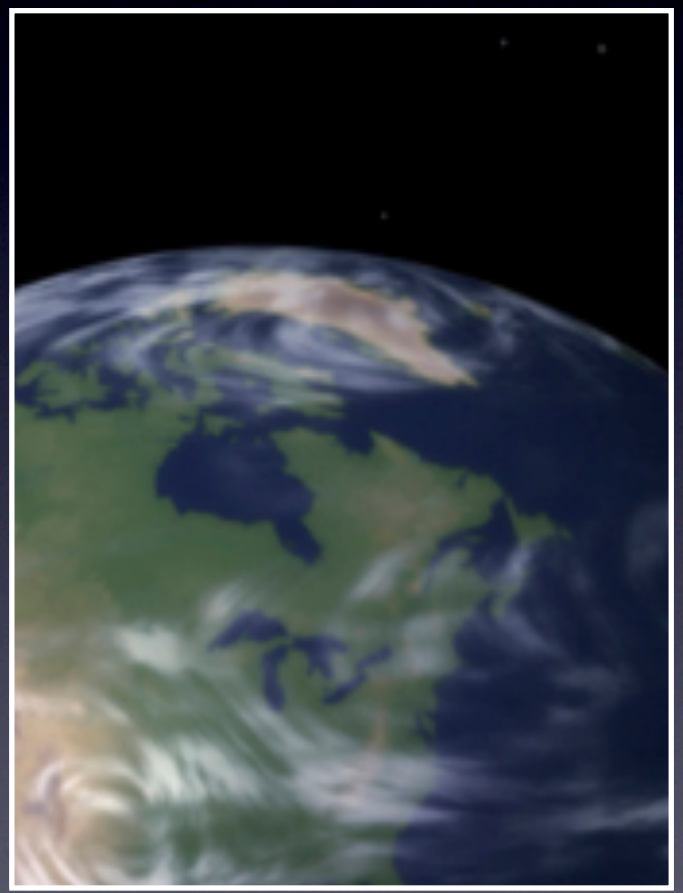
		Temps	
		Identique	Différent
Espace	Identique	face-à-face	salle de projet, carnet de correspondance
	Différent	téléphone, chat	forum, e-mail

- Le contexte social et culturel a une influence sur le code de communication utilisé

- Par exemple, le langage sera différent entre deux amis ou deux collègues ; selon que l'on se trouve face à un groupe ou face à une seule personne, etc.



- Le contexte organisationnel, et la disposition de ses membres au sein de celui-ci, déterminera également l'efficacité des communications et la satisfaction des interlocuteurs



Travaux pratiques

Les réseaux de communication

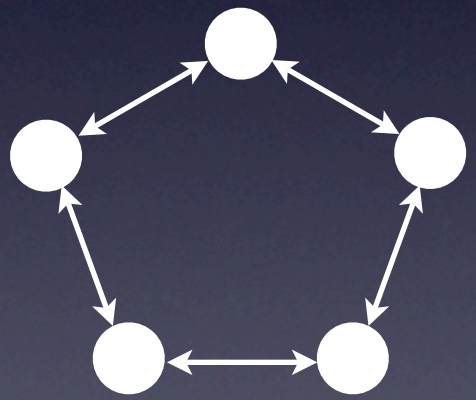
- Objectif : étudier l'influence des réseaux de communication sur la dynamique de groupes restreints

3 types de réseaux

- Réseau en chaîne

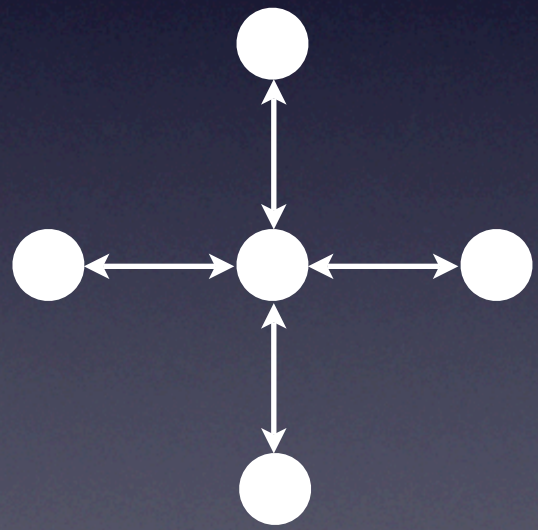
3 types de réseaux

- Réseau en chaîne
- Réseau en cercle



3 types de réseaux

- Réseau en chaîne
- Réseau en cercle
- Réseau en croix (roue)



Chaque réseau est composé de

- 5 acteurs
- 2 facteurs
- 1 animateur
- 1 observateur

Les acteurs

- Les 5 acteurs (de chaque réseau) ont chacun une liste de 5 symboles, dont 1 est commun à tous
- Ils ont pour objectif de trouver le symbole commun au groupe en un minimum de temps
- Ils ne peuvent communiquer que par écrit et selon l'organisation du réseau

Les acteurs

- Ils sont identifiés par une lettre (A, B, C, D ou E)
- Ils disposent de feuilles sur lesquelles ils écrivent une des deux questions :
  - *"As-tu tel symbole ?"*
  - *"Est-ce que X a tel symbole ?"*
- Les réponses sont : *"oui"*, *"non"*, *"je ne sais pas"*

Les acteurs

- Il est interdit, pour le bon déroulement du travail pratique, de :
  - donner tous les symboles
  - donner la réponse du symbole commun
  - MENTIR !

Les facteurs

- Ils portent les messages en silence, sans les lire, sur la demande d'un émetteur
- Chaque message doit donc comporter l'identification de l'*émetteur* et du *récepteur* (par exemple : de C à E)

L'animateur

- Il vérifie que chaque participant ne communique pas autrement que par écrit (pas de geste, parole, etc.)
- Il récolte discrètement la réponse d'un acteur, quand celui-ci pense avoir trouvé la solution (l'acteur reste alors dans le réseau, et peut revoir sa réponse)

L'animateur

- Il chronomètre la durée de la tâche jusqu'à la remise des 5 solutions individuelles
- Il distribue, à l'issue de l'expérience, un questionnaire à chaque acteur
- Il recueille enfin tous les messages qu'il transmet à l'observateur

L'observateur

- Il reste muet durant l'expérience
- Il comptabilise, à l'issue de l'expérience, le nombre de messages émis et le nombre de messages reçus pour chaque acteur à l'aide d'un tableau

Pour résumer

Acteurs :

- ne communiquez que par écrit
- vos messages doivent être du type : *As-tu tel symbole ?* ou *Est-ce que X a tel symbole ?*
- indiquez sur le papier : *de X à Y*

Facteurs

- transmettez les messages sans les regarder

Animateur

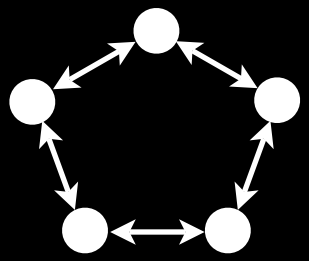
- contrôler le bon déroulement du travail pratique
- recueillez la solution de chaque acteur
- chronométrez l'expérience
- distribuez les questionnaires à l'issue de l'expérience

Observateur

- comptabilisez les messages émis et reçus

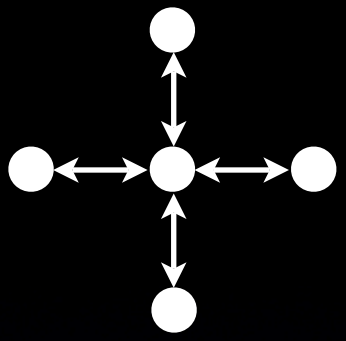
		Récepteurs					
		A	B	C	D	E	Total
Emetteurs	A						
	B						
	C						
	D						
	E						
	Total						

	A	B	C	D	E
Existence d'un leader					
Identification du leader					
Satisfaction à l'égard du fonctionnement du groupe					
Satisfaction à l'égard du rôle dans ce travail					
Réponses (V ou F)					



		Récepteurs					
		A	B	C	D	E	Total
Emetteurs	A						
	B						
	C						
	D						
	E						
	Total						

	A	B	C	D	E
Existence d'un leader					
Identification du leader					
Satisfaction à l'égard du fonctionnement du groupe					
Satisfaction à l'égard du rôle dans ce travail					
Réponses (V ou F)					



		Récepteurs					
		A	B	C	D	E	Total
Emetteurs	A						
	B						
	C						
	D						
	E						
	Total						

	A	B	C	D	E
Existence d'un leader					
Identification du leader					
Satisfaction à l'égard du fonctionnement du groupe					
Satisfaction à l'égard du rôle dans ce travail					
Réponses (V ou F)					

Bibliographie

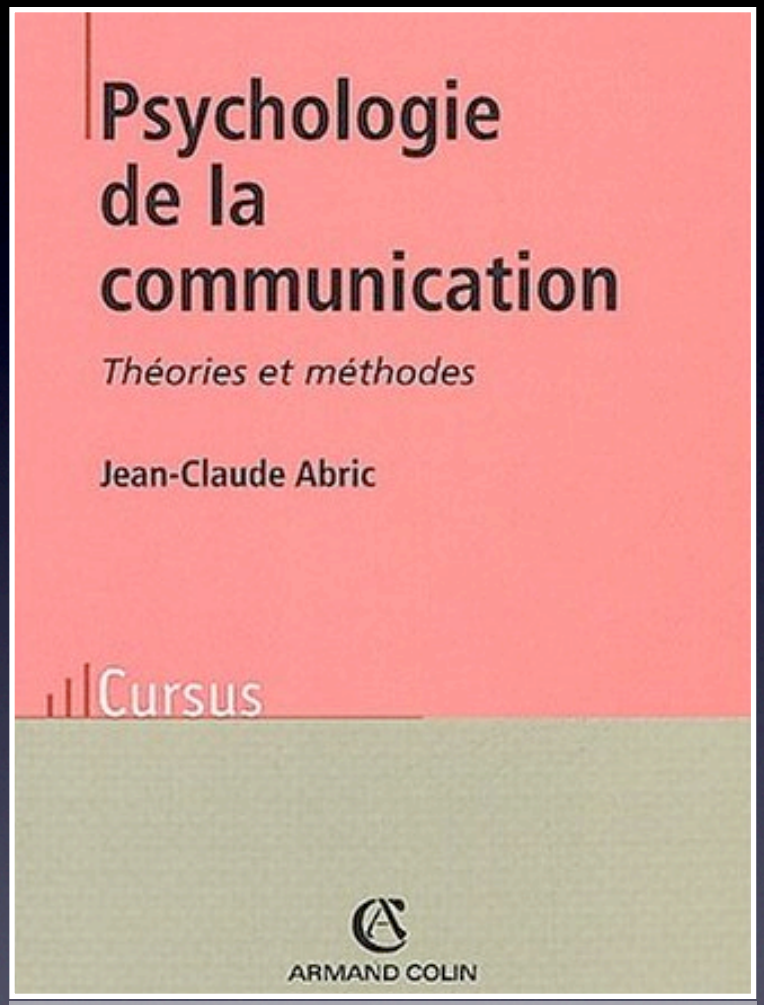
Jean-Claude Abric

Psychologie de la communication
Théories et méthodes

•

Armand Colin

X €



Abraham A. Moles

Théorie structurale de la communication et société

•

Masson

37,05 €